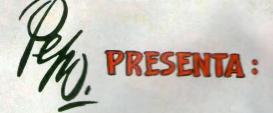


© "CONDORITO" m.r. Año 44, edición CONDORITO Nº 340 editada en Chile por EDITORIAL TELEVISA CHILE S.A. Representante Legal: Marlene Larson C. Dirección: Reyes Lavalle 3194, Las Condes, Santiago CHILE. Distribución: Distribuidora Alfa S.A., Carlos Valdovinos Nº 251, Santiago. Esta edición se hace en convenio con René Ríos B., Pepo. Directora: María Inés Aguirre M. Coordinación:

Aquiles Sepúlveda F.

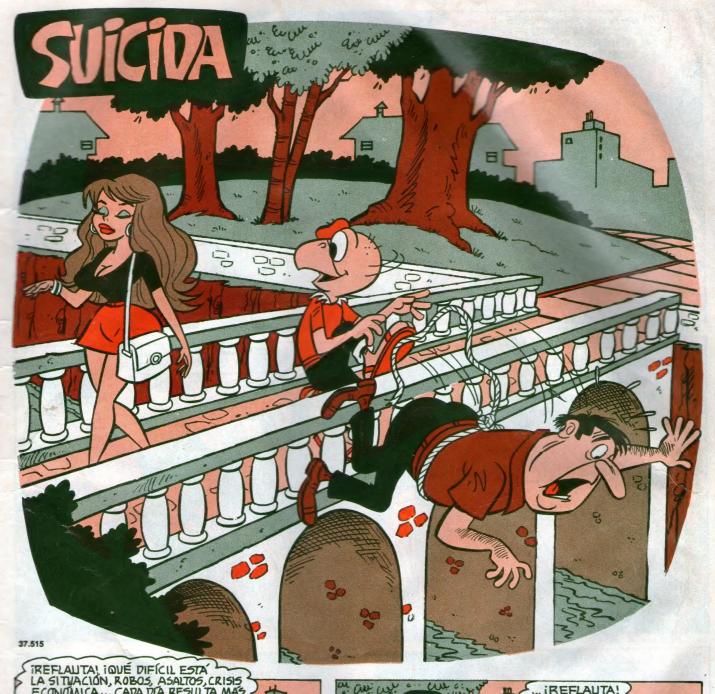
Impresa por Antártica Quebecor S.A., Impresa en Chile. Printed in Chile. Fecha de impresión: 26/04/1999. Dirección Internet: http://www.condorito.cl Chile: Recargo por flete (I, II, XI, XII Regiones): \$70.



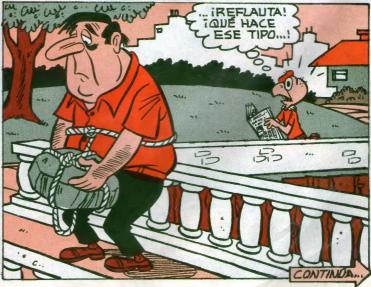






































37.377

































































































































RO QUE NADIE PODRA USAR LOS IMPLEMENTOS DE TRABAJO PARA USO PERSONAL... LAPICES, GOMAS, Y TODOS
LOS ELEMENTOS QUE ESTEN
BAJO SU RESPONSABILIDAD,
SOLO PUEDEN USARLO PARA
TRABAJAR!

























































































A COHON COHON COHON COHON COHON COHON A



CHOP - COHOP - COHOP - COHOP - COHOP - COHOP - COHOP

SELECCION DE LOS MEJORES

CONTROL DE LOS MEJORES

de

Tremebunda

A LOHON LOHON LOHON LOHON LOHON LOHON









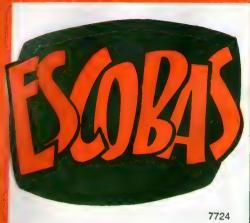






























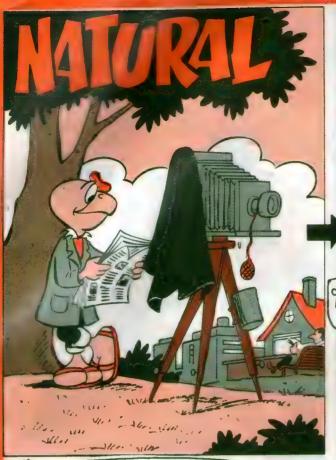






















































































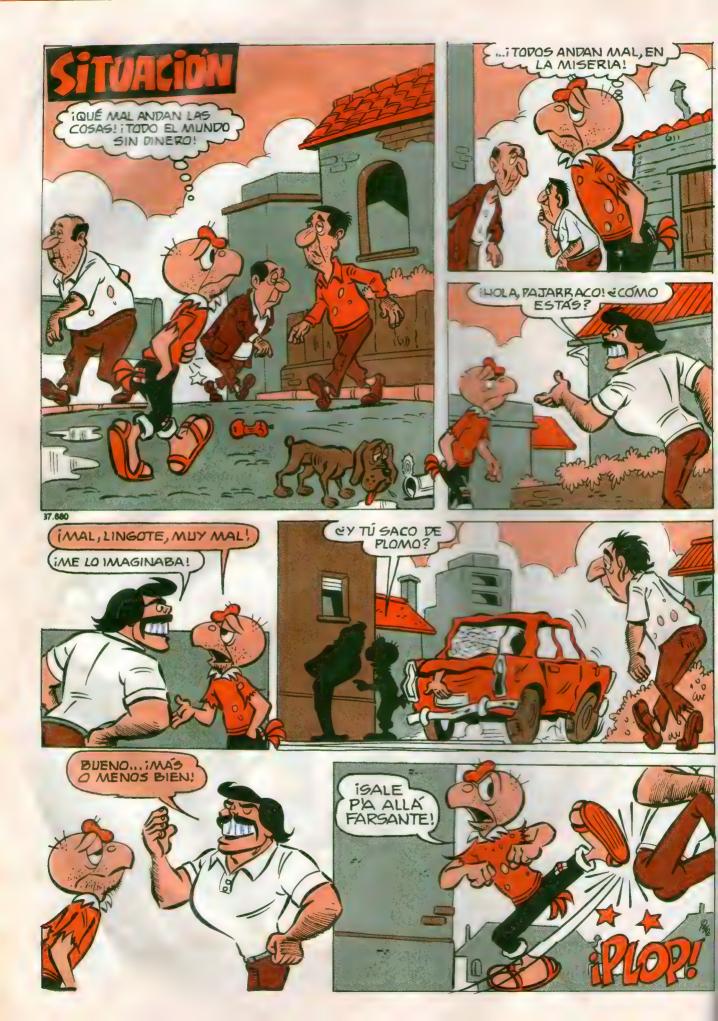
37.514



















































































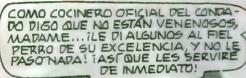




























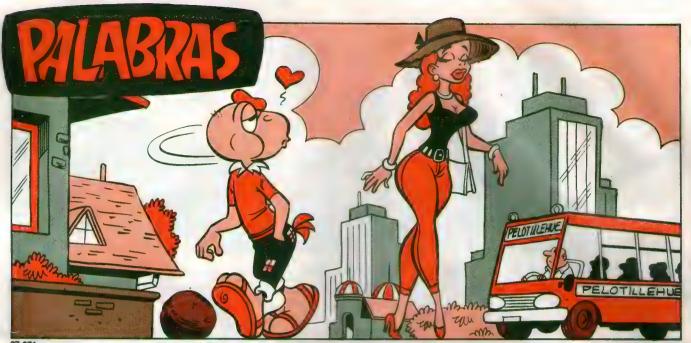
























































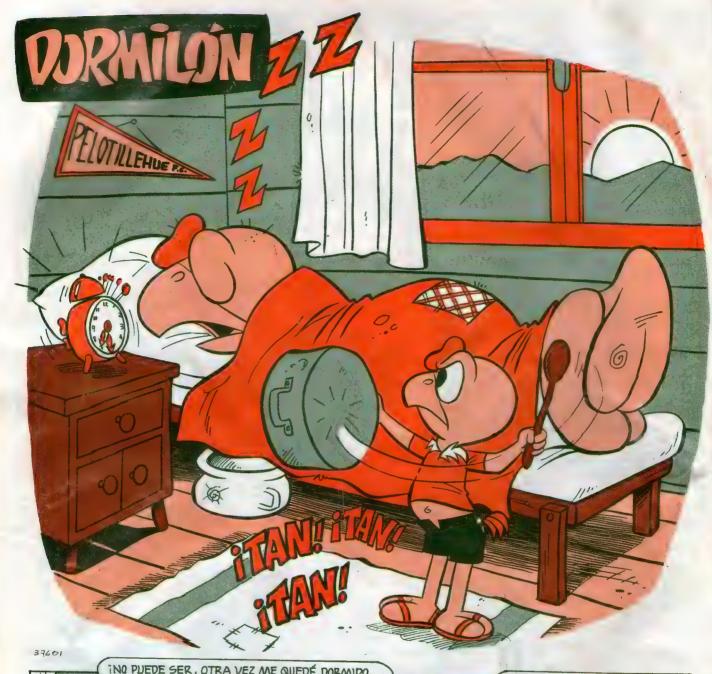
























EN TIEMPOS DIFÍCILES NO CORTE SU PUBLICIDAD

MANTENGA FIRME LA IMAGEN DE SU MARCA.

Tanto en el marketing como en la publicidad, no hay que ceder ni el más mínimo espacio a la competencia, y si nos encontramos en medio de una crisis, sería el peor momento para hacerlo.

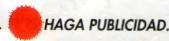
Manteniendo la actividad publicitaria de su marca, evitará cualquier intento de la competencia por arrebatarle una tajada de su mercado.

Hay pocas cosas tan perjudiciales como una interrupción de la publicidad.

Después cuesta mucho más levantar el impulso de la publicidad que lo que cuesta mantenerla andando. Y una vez que las empresas dejan que el impulso muera, tienen que comenzar todo de nuevo".

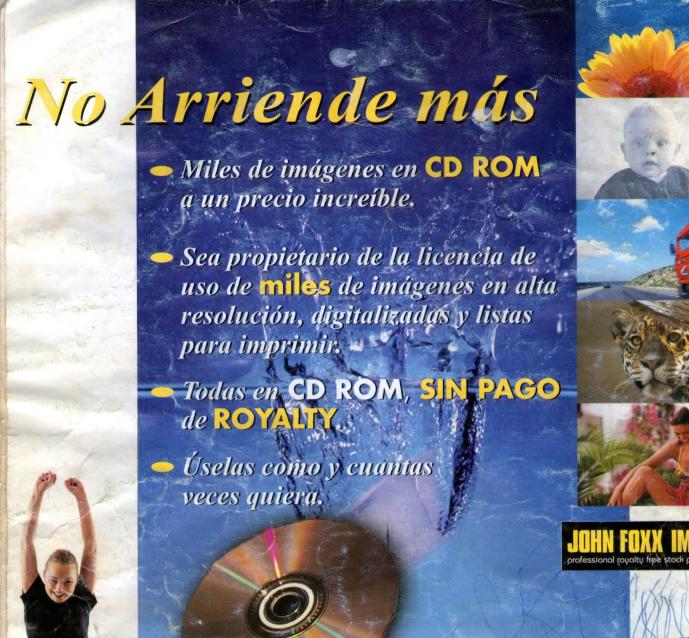
(Charles H. Brower, ex presidente de BBDO. USA.)

EN TIEMPOS DIFICILES, póngase en campaña.









PRESENTANTE EXCLUSIVO DE JOHN FOXX IMAGES - GOODSTOCK S.A. Teléfono : 2429535 - Fax : 2451303 - Augusto Leguía Sur 79, Of. 703